

Ghidul initiatului în prezentări cu public

de Andy Szekely

27 de strategii verificate pentru succesul prezentărilor cu public

Eşti începător ?

Eşti expert în prezentări cu public ? NU CONTEAZĂ !

Nu contează pentru că ceea ce urmează să citeşti nu se referă la statut ci la creşterea eficienţei.

Eu sunt începător, chiar dacă fac prezentări cu public de 10 ani. De fapt, atitudinea de începător ajută în această meserie. Fiecare grup căruia urmează să îi vorbeşti e diferit. Alt context ! Altă dinamică ! Din acest punct de vedere cu toţii suntem începători când facem prezentări.

Pe de altă parte, de fiecare dată când vorbeşti unui grup îţi exprimi personalitatea - unicitatea ta. Din acest punct de vedere eşti un expert.

Expert al propriului stil !

Cu cât vorbeşti mai mult în public, cu atât acest stil se rafinează mai mult !

În consecinţă, cu o atitudine de expert / începător, îţi ofer în continuare câteva idei, formule şi tactici utile pentru succesul prezentărilor tale.

Unele dintre ele s-ar putea să îţi fie cunoscute, altele ar putea fi complet noi. În orice caz, cu acest raport special vreau să contribui la succesul tău, adăugând măcar o piesă în "puzzle-ul" prezentărilor de succes pe care le vei face.

Lectură plăcută ! şi...

Inspiraţie !

Andy Szekely

Cuprins:

- Cum să te pregăteşti eficient *(pag5)*

  7 sugestii pentru pregătirea succesului oricărei prezentări

- Cum să prezinţi fără să plictiseşti *(pag 11)*

  5 tehnici de încheiere a unei prezentări cu maxim de impact

- Cum să finalizezi memorabil *(pag 18)*

  5 tehnici de încheiere a unei prezentări cu maxim de impact

► Metode pentru evitarea amânării *(pag22)*

5 formule prin care să pui în practică ceea ce ai învăţat (funcţionează şi pentru public, dar şi pentru tine !)

Cum să te pregăteşti eficient

7 sugestii pentru pregătirea succesului oricărei prezentări

Pregătirea argumentaţiei şi pregătirea psihologică sunt aspecte decisive pentru o prezentare reuşită.

Regula de aur este : niciodată să nu te încălzeşti pe scenă. Numeroşi vorbitori profesionişti se pregătesc câte o oră pentru fiecare 5 minute de discurs. Pentru majoritatea discursurilor această pregătire extensivă nu este necesară mai ales dacă ştii să foloseşti câteva strategii simple.

În această secţiune afli cum să :

- ► Faci pregătirea psihologică şi motivaţională

- Îţi construieşti o argumentaţie solidă
- Te prezinţi credibil în faţa publicului

1. Decide foarte exact ce vrei

Când ştii foarte exact care este rezultatul final creierul tău acţionează ca un mecanism de detecţie a resurselor care te-ar putea ajuta.

Vizualizarea este în acest sens un instrument ideal. Previzualizează cu cât mai multe detalii rezultatul final dorit. Vezi cu ochii minţii ce anume vrei să obţii. Astfel, chiar dacă vei întâmpina un public sceptic, îl vei percepe ca «etapă de parcurs » către scop, nu ca pe o destinaţie finală.

Când porneşti cu finalul dorit în minte, toate acţiunile tale sunt orientate în direcţia respectivă. Care este rezultatul final ? Vrei ca cei care te ascultă să te aplaude ? Vrei să te urmeze ? Vrei să îţi cumpere serviciile ? Ce vrei ? În ce condiţii vrei ? Cât de clar poţi să vezi cu ochii minţii rezultatul final ? Cu cât îţi este mai clar în mintea ta ceea ce doreşti să obţii, cu atât ai şanse mai mari să şi obţii. Cu cât ţinta este mai clară, cu atât mai uşor va fi atinsă.

2. Stabileşte DE CE vrei să obţii acel lucru

Răspunsul la această întrebare îţi va furniza motivaţia necesară!

S-ar putea să ştii foarte bine ceea ce îţi doreşti, dar dacă nu ai motivaţia necesară, vei găsi probabil o cale să îţi sabotezi succesul. Cât de valoros este pentru tine acest rezultat ? Cât de important ? Clarifică răspunsul la aceste întrebări înainte să mergi mai departe.

3. Clarifică-ţi argumentaţia - pe ce te bazezi ?

Vorbitorii publici ştiu foarte clar că pentru a fi convingători au nevoie sâ cunoască precis ceea ce doresc să transmită.

Clarifică-ţi argumentele ca şi când ar urma să răspunzi unui examen oral la facultate, pentru nota 10. Găseşte explicaţii, cercetări, exemple care să susţină ceea ce vei spune. Pentru punctele cheie ale prezentării, găseşte minim trei exemple concrete. În acest fel te asiguri că mesajul tău va fi bine receptat.

4. Anticipează-le reacţiile

Ca orice vânzător bun, gândeşte-te care sunt posibilele obiecţii pe care ai putea să le primeşti ca răspuns la ceea ce spui.

Eventual, roagă-ţi prietenii să joace « avocatul diavolului » în această privinţă. Colectează cele mai importante obiecţii şi gândeşte-te în linişte care sunt argumentele cu care le-ai putea demonta. Momentul potrivit să faci asta este când îţi pregăteşti discursul, nu când te afli deja pe scenă.

5. Invită pe altcineva să te prezinte

Specialiştii numesc această metodă - credibilitate externă sau credibilitate prin terţi.

Practic, atunci când altcineva te prezintă, ceea ce spune va fi mult mai repede crezut decât dacă ai vorbi tu despre propriile tale merite. Această metodă nu poate fi folosită în toate ocaziile, însă atunci când merge are un efect de credibilizare aproape instantanee în ochii publicului.

Îţi sugerez să "pregăteşti terenul" convenind cu persoana care urmează să îţi facă introducerea, ce anume va spune. Important este ca mesajul să fie scurt şi la obiect (maxim un minut).

6. Creează-ţi o "reclamă personală"

Dacá ai avea la dispoziţie doar un minut sá te prezinţi, ce ai spune ? Dar dacá ai avea doar 30 de secunde?

Recent am fost pus într-o astfel de situaţie la un eveniment de networking. Dintre zecile de participanţi, numai patru sau cinci au reuşit să transmită o imagine corectă, fără să epateze gratuit şi fără să îşi minimizeze inutil importanţa. Mi-am dat atunci seama cât de important (a se citi esenţial) este să ştii dinainte ce vrei să spui.

Sugestie: scrie un text de o jumătate de pagină, memorează-l şi apoi cere-le prietenilor părerea despre cum l-ai putea îmbunătăţi. Există numeroase ocazii în care vei avea nevoie

de o astfel de "reclamă personală". De fiecare dată când cineva te întreabă cu ce te ocupi, e un bun prilej să o foloseşti.

7. Elimină cel mai mare sceptic (TU ?)

Dacă ai un simţ autocritic foarte dezvoltat şi urmează să comunici cu sceptici.........ia o pauză.

De ce ? Simplu ! Un sceptic se poate dovedi foarte rapid critic la adresa ta. Faptul că tu eşti deja critic asupra propriei persoane nu face decât să dubleze presiunea. În aceste condiţii e foarte stresant de lucrat.

Am cunoscut oameni care atunci când urmează să vorbească în public devin foarte stresaţi tocmai pentru că sunt sceptici la adresa propriei persoane. Ei se autoconving că nu sunt

destul de buni sau destul de bine pregătiţi. Această convingere nu este productivă şi te poate transforma în cel mai mare sceptic din sală.

Sugestia mea e să utilizezi o altă convingere pe care am învăţat-o de la mai mulţi vorbitori publici: **„Ceea ce urmează să fac nu este în primul rând în beneficiul meu. Este în primul rând în beneficiul publicului !"**

Repetă de suficiente ori această convingere în dialogul tău interior înainte de prezentare ! Cred că îţi va servi foarte mult pentru că poate muta încărcătura emoţională de la tine către public.

În acest fel te vei simţi mai liber să reacţionezi spontan chiar şi eventualelor atacuri de la sceptci.

Cum să **prezinţi** fără **să plictiseşti**

12 « secrete » ale vorbitorilor publici profesionişti

Vorbitorii motivaţionali folosesc numeroase tactici pentru captarea atenţiei şi "încălzirea atmosferei" atunci când au audienţe mari. O parte dintre aceste metode pot fi folosite şi cu grupuri mici.

În această secţiune afli cum să:

- relaţionezi în mod agreabil cu audienţa
- foloseşti imagini, metafore şi cuvinte "potrivite"
- motivezi publicul să te asculte şi să te urmeze

1. Raportează-te la experienţa lor trăită

Cel mai simplu şi eficient mod prin care să demontezi scepticismul este să te referi la o experienţă trăită de persoana sceptică şi care îi infirmă obiecţia.

Un exemplu simplu este legat de ideea că majoritatea deciziilor pe care le luăm se produc la nivel inconştient. Un sceptic ar putea obiecta spunând : "eu iau majoritatea deciziilor la nivel conştient".

Răspunsul meu la această obiecţie este : « Ai condus vreodată masina din punctul A în punctul B fiind prins în conversaţie cu un prieten pasager ? Conversaţia fiind foarte interesantă, e
posibil ca la destinaţie să nu îţi mai aminteşti detaliile drumului parcurs ? Ei bine…probabil că deciziile pe care le-ai luat pe drum au fost în bună măsură la nivel inconştient... »
Acest mod de a argumenta, pornind de la experienţa interlocutorului mi se pare mult mai eficace decât argumentele logice.

2. Foloseşte-te de imagini

Pregăteşte imagini captivante care să ilustreze exact ce ai de spus.

Cu cât imaginile sunt mai « la obiect », cu atât ajuţi mai mult audienţa să facă conexiuni mentale. Imaginile uşor amuzante pot fi foarte utile pentru destinderea atmosferei. Totuşi, nu exagera cu imaginile. Important este ca în mintea auditoriului să rămână imaginea ta, nu o secvenţă de fotografii.

Dacă nu este adecvat să foloseşti imagini proiectate, gândeşte-te pur şi simplu ce simbol vizual ai putea folosi pentru a atrage atenţia (de exemplu, o fotografie, o floare, un ursuleţ de pluş, un tricou inscripţionat cu un text semnificativ, etc...)

3. Te invit să îţi Imaginezi ceva interesant...

Foloseşte cuvinte cu încărcăturâ emoţionalâ puternicâ.

În fraza de mai sus, cuvintele "imaginezi" şi "interesant" au menirea de a capta atenţia mai uşor. Dacă aş fi spus de exemplu: "Îţi prezint următoarea idee....", exprimarea în sine este seacă şi nu are şanse prea mari de a stârni curiozitatea. (Un alt cuvânt extrem de util din aceeaşi categorie este "Secret")

Să trecem aşadar la următorul secret:

4. Oferă sugestii şi informaţii, nu directive şi afirmaţii

Scepticii nu reacţionează bine la cuvinte directive de genul: "trebuie", „fâ cum îţi spun eu", *"aşa se* face", *etc. Evitâ-le!!*

Foloseşte în schimb cuvinte mai soft,din categoria sugestiilor, de genul :
"după cum probabil ştii...........................",
"mă întreb ce părere ai despre........",
„ar putea fi interesant pentru tine să..............."

În zonele punctate pune ceea ce doreai să transmiţi ca idee sau concept. Acest gen de limbaj poate face minuni în comunicarea cu scepticii... după cum probabil deja ţi-ai dat seama...

5. Să vă povestesc ce mi s-a întâmplat...

Începe cu o poveste. O poveste pe care o cunoşti foarte bine te scapă de stressul începutului. În plus, este probabil cel mai simplu mecanism prin care poţi transmite emoţie către audienţă. Pregăteşte-ţi o "tolbă" cu astfel de poveşti care să se potrivească în diverse ocazii. Când spui poveşti, ar fi bine ca acele poveşti să te conţină. Ceea ce ţi s-a întâmplat ţie este unic şi te implică emoţional şi pe tine, nu numai pe cei din public.

Oamenii înţeleg conceptele, dar reţin poveştile. Pentru fiecare idee importantă, care doreşti să rămână în mintea celorlalţi, spune o poveste sau fă o analogie care să le permită interlocutorilor să îşi facă o imagine clară a ceea ce vrei să transmiţi.

Analogiile sau metaforele sau poveştile sunt procesate în special în emisfera dreaptă a creierului, în vreme ce faptele şi conceptele, în emisfera stângă. Când faci o prezentare, alternează conceptele cheie cu metafore şi comparaţii. Această alternanţă: concept-comparaţie, concept- comparaţie, seamănă cu funcţionarea unui ştergător de parbriz cu care îţi ajuţi audienţa să vadă mai clar ce vrei să spui.

6. Exprimă-te simplu şi succint

Vorbitorii publici se concentrează să transmită o singură idee principală în cadrul unei prezentări sau în timpul unei secţiuni a unei prezentări.

Albert Einstein spunea: „Fiecare lucru trebuie explicat cât mai simplu cu putinţă, dar nu mai simplu decât atât." În plus, ar fi de dorit să foloseşti un limbaj cât mai simplu, fără termeni tehnici. Faptul că ştii termeni tehnici nu e un motiv să îi împovărezi pe ceilalţi cu ei.

7. Gesticulează şi „umple" scena.

Este foarte important sâ exprimi nonverbal ceea ce vrei sâ transmiţi verbal.

Cu cât audienţa este mai numeroasă cu atât gesturile tale vor fi mai largi. Când gesturile tale susţin ceea ce spui, mesajul tău devine puternic şi credibil. În schimb, atunci când mesajul tău este contrazis de gesturi, aproape întotdeauna gesturile vor fi crezute. Studii realizate de profesorul Albert Mehrabian in SUA au arătat că atunci când mesajul verbal şi cel nonverbal nu se susţin reciproc, 93% din impactul mesajului este dat de gesturi, expresii faciale şi tonul vocii, iar numai 7% de conţinutul mesajului (cuvinte).

8. Arată că îţi pasă

Oamenilor nu le pasâ cât de multe ştii pânâ când nu aflâ cât de mult îţi pasâ.

Porneşte cu această idee în minte când te adresezi unui grup sau unei persoane. „Imi pasă de tine" ar putea fi un gând în dialogul tău interior, înainte de a începe să vorbeşti. Dacă nu îţi pasă, asta se simte. De fapt, dacă nu îţi pasă deloc, înseamnă că mesajul nici nu merită transmis. Când arăţi că îţi pasă, beneficiarii mesajului îţi vor răspunde la fel. Aceasta este o lege universală a comunicării. În Psihologia Persuasiunii, ea se mai numeşte legea reciprocităţii.

9. Invită participanţii să se implice

In afarâ de demonstraţii, trainerul oferâ practica necesarâ pentru ca participanţii sâ integreze în comportamentul lor noile abilitâţi

În plus, poţi invita participanţii să pună întrebări. Un bun trainer se va bucura să răspundă la întrebări pentru a detalia metodele prezentate şi pentru a-i face şi pe ceilalţi să beneficieze de răspunsuri. Mai mult, solicită şi acceptă feedback de la participanţi. Faptul că aceştia se simt confortabil să ofere feedback este semnul unei atmosfere psihologice sănătoase.

10. Demonstrează ce spui

Unele cercetări arată că peste 80% din comunicare este de tip nonverbal. Oferă minidemonstraţii ale metodelor prezentate nu doar descrieri pe care oricum participanţii le-ar putea citi în cărţi. Acest lucru este valabil şi necesar mai ales în cazul trainingurilor care dezvoltă abilităţi.

11. Fii congruent

Ce atitudini sunt implicate în comportamentul tău non-verbal - reprezintă ele ceea ce vrei să transmiţi ?

Pentru participant, dacă prezentatorul vorbeşte despre importanţa flexibilităţii, dar gesticulează rigid, este un semn de incongruenţă. Elimină din comportamentul tău orice gest sau cuvânt care denotă atitudini rigide sau agresive ? (misoginism, rasism, prejudecăţi politice, etc.)

12. Foloseşte umorul ca sarea şi piperul

Cel mai bun ajutor pentru învăţare este umorul!

Acel tip de umor molipsitor şi care nu este făcut pe seama altor membri din grup. Pentru a declanşa situaţii amuzante nu este neapărat necesar ca trainerul să spună bancuri. Ideea este: participanţii se simt bine ? Grupul râde în timp ce învaţă ?

Cum să finalizezi memorabil

5 tehnici de încheiere a unei prezentări cu maxim de impact

Participanţii reţin cel mai bine începutul şi finalul prezentării.

Finalul este un moment critic pentru că de calitatea lui depind în bună măsură acţiunile pe care le întreprind participanţii. În mod ideal, la final participanţii ştiu cel puţin trei lucruri: de ce să acţioneze, cum să acţioneze şi în ce condiţii specifice o vor face.

În această secţiune afli cum să:

- Sugerezi publicului că „spectacolul" se apropie de sfârşit
- Motivezi audienţa să treacă la acţiune
- „Energizezi" participanţii pentru activităţile care urmează în ziua respectivă

1. Planul de acţiune

Oferă un sistem prin care participanţii să aplice ceea ce le-ai prezentat.

Sugerează-le resurse suplimentare (cărţi, pagini de web, etc.) Încurajează-i să îşi scrie un plan de acţiune pe care să îl discute cu colegii de la curs. Această metodă poate fi utilă mai ales în cazul unor cursuri ceva mai lungi, în care participanţii au avut timp să se cunoască între ei.

2. Încheierea metaforică

O poveste sau o metaforă bine spusă poate concluziona întreaga prezentare. În plus, îi poate pune pe participanţi în starea motivaţională potrivită.

Metafora este un instrument puternic pentru că transmite un mesaj la nivel subconştient, nu doar la nivel conştient. Unele persoane foarte analitice, cu gândire preponderent

conceptuală pot „respinge" metafora ca fiind nerelevantă. Cu toate acestea, ea rămâne unul dintre cele mai utile instrumente ale vorbitorului public. Un mod eficient de utilizare a ei la final este să o legi de o altă poveste sau metaforă spusă la începutul prezentării. În acest fel sugerezi o dată în plus, în mod creativ, că întâlnirea se apropie de final.

3. Punctul culminant

Această metodă se mai poate numi şi: "Inspiră şi creează energie pentru acţiune"

Este modalitatea în care unii oratori religioşi îşi încheie discursurile. Beneficiul constă în entuziasmul cu care participanţii pleacă din sală. Dezavantajul potenţial este că poate

oferi prea puţină structură pentru acţiune şi astfel oamenii pleacă motivaţi fără să ştie exact care sunt paşii de urmat.
Creşterea de energie până la „punctul culminant" se obţine de obicei printr-o serie de poveşti sau metafore în care povestitorul se implică emoţional şi „sugerează" astfel publicului să îl urmeze. Este o metodă potrivită în cazul discursurilor motivaţionale scurte.

4. Activitatea „memorabilă"

O idee interesantâ poate fi sâ închei prezentarea cu o activitate de grup.

La fel ca în cazul metaforei, dacă activitatea este asemănătoare cu o alta făcută la începutul prezentării, ea va fi percepută ca un ritual de încheiere.

De exemplu, unul dintre cursurile pe care le susţin începe cu un cerc uman format din toţi participanţii şi se încheie tot cu un cerc uman (participanţii aşezaţi în cerc răspund la câteva întrebări cheie).

O altă activitate memorabilă care îmi place este cea în care participanţii revizuiesc întregul curs în grupuri mici. Aceste ritualuri de încheiere sunt mai potrivite pentru contextul trainingului decât pentru cel al prezentărilor scurte.

5. Lista cu „bunătăţi"

Unii vorbitori publici oferâ la final resurse informaţionale, materiale de studiu „pentru acasâ", liste cu idei despre implementarea informaţiilor prezentate, etc.

Toate acestea sunt mijloace utile pentru că pun participanţii într-o stare de confort. Ele contracarează regretul post-cumpărare (senzaţia că investiţia de timp, efort şi bani nu se justifică). În plus, „bunătăţile" conferă încredere participanţilor şi „tangibilizează" produsul. Concret, partcipanţii pleacă acasă cu cărţi, CD-uri, liste, jurnale, etc. Acestea acţionează apoi ca declanşatori de reamintire a experienţei de la prezentare. O idee interesantă poate fi să oferi la final aceste „bunătăţi" ca pe nişte surprize, dincolo de ceea ce oamenii se aşteaptă să primească. Cui nu-i plac surprizele plăcute ?

Metode pentru evitarea amânării

5 tehnici simple prin care să eviţi amânarea şi să aplici ce ai învăţat

Probabil că această lectură ţi-a dat câteva idei care ar merita implementate. Pagina următoare se referă la implementare.

O idee nepusă în practică este de fapt o pierdere de timp pentru că în timpul consumat

ai fi putut să faci ceva productiv.

De aceea, îţi ofer în continuare cinci sugestii pe care să le foloseşti la implementare.

Ca idee, le poţi folosi chiar şi la finalul prezentărilor tale ca listă de idei_______pentru acasă, oferite

participanţilor.

5 tehnici anti-amânare pentru implementarea cu succes a obiectivelor

1. Stabileşte-ţi clar, în scris, obiectivele

Când scrii, întregul tău sistem nervos se implică şi de aceea ai şanse mai mari să implementezi. Scrie concis şi clar, răspunzând la întrebările: Ce ?, De ce ?, Cum?, Unde ?, Când? şi Cu cine ?

2. Ia cu tine carduri cu obiectivul scris

Dacă porţi în buzunar un card de mărimea cărţilor de vizită, cu obiectivul scris pe el, îţi vei aminti să îl pui în aplicare de fiecare dată când bagi mâna în buzunar.

3. Ia-ţi un „înger păzitor" care să îţi monitorizeze practica

Cere-i unui prieten să verifice din când în când cum stai cu îndeplinirea obiectivului tău.

4. Predă ce ai învăţat la încă două persoane

Când predai, înţelegi mai bine ceea ce predai. Este cea mai puternică formă de învăţare.

5. Scrie un articol cu rezultatul muncii tale, pe care să îl oferi la cât mai mulţi oameni

Această formă de motivare se bazează pe nevoia de contribuţie şi poate fi extrem de puternică în unele situaţii.

Concluzie

Cele 27 de metode şi tehnici utile în prezentările cu public pe care le-ai parcurs funcţionează !

Luate separat, ele pot aduce un plus de valoare şi savoare prezentărilor tale. Aşezate într-o strategie, ele pot crea un salt calitativ impresionant în prezentările tale.

Totuşi, ele au impact numai dacă le aplici „natural" la stilul tău de prezentare.

Sugestia mea este să foloseşti acele idei din acest raport care se potrivesc foarte bine cu ceea ce deja te-ai obişnuit să faci.

La fel ca un gimnast care îşi rafinează exerciţiile la antrenamente, adaugă câte o idee nouă şi testeaz-o.

Nu schimba nimic din ceea ce faci deja bine. Adaugă doar ceea ce ţi se potriveşte pentru a obţine un rezultat şi mai bun.

Dacă ţi-a fost de folos informaţia din acest raport special, poţi sa îl recomanzi prietenilor tăi printr-un click aici. Mulţumesc.

Poţi să primeşti mai multe resurse gratuite, rapoarte speciale si e-cursuri intr-un mod foarte simplu: click aici şi înscrie-te acum la newsletter *(dacă nu te-ai înscris deja)*

Inspiraţie !

Alte rapoarte scrise de Andy Szekely:

Principiile stabilirii obiectivelor	Optimizare personală
Manipularea dialogului interior	Optimizare personală
Super Tehnici de memorare	Optimizare personală
Cum să dai feedback fără să răneşti?	Persuasiune şi influenţare
Secretul motivării celorlalţi	Persuasiune şi influenţare
Tactici de influenţare subtilă	Persuasiune şi influenţare
Mastermind	Leadership / Antreprenoriat
Alpha Leadership	Leadership / Antreprenoriat
Strategia Disney	Leadership / Antreprenoriat
Ghidul iniţiatului în prezentări cu public	Training/Speaking/Coaching
Coaching pentru succes personal şi profesional	Training/Speaking/Coaching
Minighid de educaţie continuă	Training/Speaking/Coaching

Andy Szekely este trainer, speaker, coach şi autor. El are o experienţă de peste 12 ani în domeniul educaţiei adulţilor. A studiat intensiv în SUA, Anglia, Austria şi Canada, cu peste 40 de traineri de renume, psihologia aplicată în business şi dezvoltare personală.

Andy este autorul cărţilor NLP Calea Succesului, Ghidul Credibilităţii Profesionale şi Ghidul realizării scopurilor precum şi a 17 CD-uri de tip audiobook pe teme educaţionale. A scris sute de articole pentru dezvoltare personală şi profesională care sunt citite de peste 18.000 d e a b o n a ţ i ai n e ws l ette r u l u i de pe siteul www.andyszekely.ro

Ca autor de programe inovative de training, Andy a creat conceptele Seif Mastery, Influence Mastery, Business Mastery şi Trainer & Speaker Bootcamp. A creat şi dezvoltat primele tabere de dezvoltare personală şi profesională din România (BootCamp), de care beneficiaza anual peste 200 de participanţi.

în calitate de consultant extern Andy a susţinut traininguri la cele mai mari companii din Romania cum ar fi IBM, Coca Cola, DACIA sau Avon. Clienţii de coaching cu care lucrează Andy sunt persoane din topmanagementul companiilor multinaţionale (CEO sau Sales manageri ai celor mai mari companii din Romania).

Andy Szekely



e: contact@andyszekely.ro t: 0723.390.139 w: www.andyszekely.ro